

1. 保険会社をとりまく環境変化と対応

- 我が国の生産年齢人口が減少を続けることにより、伝統的な国内保険市場の縮小が予想される一方で、サイバー等の新たなリスクの出現などに伴い、新たな保険ニーズが出現。こうした環境の変化にいかに対応していくかが、経営上の課題になっていると認識。
- 特にIT化の進展に伴う顧客のライフログの蓄積やビッグデータの処理の進化によって、これまで広く行われてきた、供給者が一律にマス定型商品・サービスを提供するビジネスから、顧客毎にカスタマイズされた商品・サービスを提供するビジネスへの転換も予想されるところ。
- 各社におかれては、既に、個々人の運動習慣や運転行動等に応じてきめ細やかな保険料設定を行ったり、健診・医療ビッグデータを解析して保険引受能力の向上を図るといった、新たな取組みが進められていると思うが、もともとデータに基づく知見がビジネスの根幹をなす保険分野の場合、フィンテックが他の分野以上にサービスのあり方を変えていく可能性。
- こうした社会・技術の変化に伴う新たな商品・サービスの可能性に対応し、成功事例を作っていくことは、持続可能なビジネスモデル構築にもつながっていく話。新たな商品・サービスの開発に関しては、金融庁としても前向きに検討したいと考えているので、積極的にご相談いただきたい。
- また、経営環境の変化に対応し、各社におかれては、例えば、海外進出をより積極化するなどの対応をおこなっていることは承知しているが、例えば販売チャネルの変化などにより、将来性の乏しくなるビジネスや負のレガシーをいかに縮小、整理していくかも、経営上の重要な要素。捨てるべきものはタイムリーに捨て、手に入れるべきものをタイムリーに手に入れる経営力とガバナンスを有する企業が将来の金融の主体になっていくものと考える。

2. 顧客本位の業務運営

- 金融商品は顧客との情報の非対称性が常に問題となる分野だが、技術の進展等を背景に、金融商品自体が高度化し、一般の顧客にとって、商品性の理解がますます難しいものとなる傾向。そうした中で、顧客に対し商品の特徴、すなわち顧客の支払う保険料がいかなるサービスの対価であるかを十分に理解してもらうための取組みが必要。
- そうした考えから、半年間に及ぶ金融審議会における議論を踏まえ、「顧客本位の業務運営に関する原則」をとりまとめたところ。原則は当然の事ながら保険についても適用。原則に書かれた顧客の最善の利益の追求、利益相反の適切な管理、手数料等の明確化、重要な情報のわかりやすい提供などについて、適切な取組みをお願いしたい。

(以上)